

BAB I

PENDAHULUAN


A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor perbankan dan keuangan di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat. Banyaknya jumlah bank di setiap daerah membuat persaingan antar bank semakin ketat untuk dapat mempertahankan nasabahnya dan menarik calon nasabah baru. Setiap bank harus menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam menghadapi berbagai pesaing di sektor perbankan. Hal ini karena pertumbuhan setiap bank yang memicu persaingan di dunia perbankan. Sementara itu, pertumbuhan masing-masing bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuan dalam menghimpun dana masyarakat, baik dalam skala kecil maupun skala besar.

Sistem perbankan Indonesia diimplementasikan dengan *dual banking system*, di mana bank menawarkan alternatif layanan perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat. Karakteristik operasional sistem perbankan syariah didasarkan pada prinsip hukum Islam, yaitu keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengutamakan nilai-nilai kebersamaan, dan menghindari transaksi spekulatif. Dengan disahkannya Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, pengembangan sektor perbankan syariah nasional memiliki landasan hukum yang kuat dan memadai serta mendorong pertumbuhan yang lebih cepat lagi (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Penghimpunan dana di bank syariah hampir sama dengan perbankan konvensional. Artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk berupa tabungan, deposito dan giro untuk menghimpun dana masyarakat serta adanya dua akad yaitu *wadi'ah* dan *mudharabah* (Pasal 19 ayat 1 UU No. 21 Tahun 2008). *Wadi'ah* adalah transaksi titipan antara bank dengan nasabah, di mana penyimpan wajib mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu (Anshori, 2014: 81). Sedangkan, *Mudharabah* adalah transaksi investasi dari nasabah (*shahibul maal*) kepada bank (*mudharib*) untuk menjalankan kegiatan usaha syariah dengan keuntungan bisnis dibagi antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Arif, 2010: 38).

Pelaksanaan menabung di bank syariah diatur dalam Surat Al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi:


 فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ، وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ

Artinya: “Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya” (QS. Al-Baqarah: 283).

Karena itu *jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya*, utang atau apa pun yang dia terima. Di sini jaminan bukan berbentuk tulisan atau saksi, tetapi kepercayaan dan amanah timbal balik. Utang diterima oleh pengutang dan barang jaminan diserahkan kepada pemberi utang. Lanjutan ayat itu mengingatkan agar, *dan hendaklah ia*, yakni yang menerima dan memberi, *bertakwa kepada Allah Tuhan Pemelihara-nya* (Shihab, 2011: 740).

Penghimpunan dana masyarakat berdasarkan prinsip syariah Bank Kalsel terdiri dari Giro, Tabungan dan Deposito. Berikut adalah uraian singkat kinerja atas produk syariah Bank Kalsel.

Tabel 1.1 NOA Produk Syariah Tahun 2021-2017 (Nasabah)

NOA DPK	2021	2020	2019	2018	2017
Giro <i>Current Accounts</i>	803	739	726	719	596
Tabungan <i>Saving</i>	67.670	79.592	87.158	80.049	53.954
Deposito <i>Deposit</i>	1.430	1.287	1.324	1.132	965
Jumlah <i>Total</i>	69.903	81.618	89.208	81.900	55.515

Sumber: Laporan Tahunan Bank Kalsel

Data di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah Tabungan IB pada tahun 2017-2019 sangat jelas mengalami kenaikan yang signifikan. Faktor utama peningkatan tersebut disebabkan oleh penambahan jumlah nasabah yang melakukan pembukaan rekening melalui Bank Kalsel Syariah antara lain melalui kerjasama payroll gaji lembaga atau badan usaha yang telah bekerjasama, peningkatan fitur, layanan dan jaringan Bank Kalsel Syariah. Namun dari tahun 2020 hingga tahun 2021 jumlah nasabah Tabungan IB mengalami penurunan karena dampak pandemi Corona Virus atau Covid-19. Fakta bahwa bank mengalami permasalahan akibat wabah Covid-19, di mana pelayanan terhadap nasabah bank kurang maksimal dan berdampak juga pada kepuasan nasabah (bankkalsel.co.id.)

Menurut Fadilla et al. (dalam Bobi Wahyudi et al., 2022), dunia perbankan menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan aktifitas utamanya maupun dalam menawarkan produk dan layanan. Selain aspek suku bunga yang tinggi dan

rendah dari modal pinjaman, ada juga masalah ketersediaan produk yang ada dari masing-masing bank, karena tidak semua bank mampu menawarkan produk sama yang menjamin meningkatnya taraf hidup masyarakat. Ada juga kendala terkait fasilitas umum yang ada dalam suatu gedung dari bank-bank tersebut. Bahkan ada juga permasalahan dari sektor perbankan itu sendiri, yaitu terkait Sumber Daya Manusia yang kurang kompeten dalam pelayanan terhadap nasabah.

Salah satu faktor terpenting dalam mempersiapkan bisnis perbankan ini adalah kemampuan melayani nasabah dengan pelayanan sebaik mungkin dan kebijakan bank dalam memberikan pinjaman dan pembiayaan kepada nasabah. Pelayanan yang berkualitas dapat menarik nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank, namun jika pelayanan yang ditawarkan tidak efektif maka akan menurunkan kepuasan nasabah. Dan bank menerapkan penyesuaian sistem kerja yang bertujuan untuk mencegah penyebaran Virus Corona atau Covid-19. Kualitas pelayanan mendorong nasabah untuk membangun ikatan yang kuat dengan bank. Dengan ikatan jangka panjang tersebut, bank dapat memahami kebutuhan setiap nasabah dan meningkatkan loyalitas nasabah, di mana bank dapat memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan melalui pengenalan produk dan kenyamanan dalam menggunakan layanan produknya (Wahyudi et al., 2022)

Bank merupakan salah satu bentuk usaha yang berorientasi pada kepercayaan nasabah. Tanpa kepercayaan nasabah, bank tidak akan mampu menjalankan kegiatan usaha dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi nasabah untuk mempercayai bank. Kepercayaan datang dari proses yang panjang hingga kedua belah pihak saling percaya. Setelah kepercayaan sudah dibangun antara

bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerjasama akan lebih mudah sehingga akan menguntungkan kedua belah pihak. Dari pihak bank, menciptakan loyalitas nasabah yang sangat berguna bagi kelangsungan hidup bank yang bersangkutan. Sedangkan bagi nasabah, keuntungan yang diperoleh dengan mendapatkan produk yang tepat yaitu tercapainya kepuasan terhadap produk perbankan (Wahyuni, 2015).

Selain kepercayaan untuk mencapai loyalitas nasabah, bank juga harus memperhatikan aspek komitmen nasabah. Komitmen nasabah dapat di artikan sebagai keinginan jangka panjang nasabah untuk menjaga hubungan yang berharga atau menguntungkan dengan bank. Nasabah yang mengharapkan hubungan yang menguntungkan dengan bank cenderung memiliki komitmen yang tinggi terhadap bank. Tingkat komitmen yang tinggi ini pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas nasabah (Farina et. al., 2018).

Loyalitas nasabah diartikan sebagai kesetiaan yang ditunjukkan para nasabah terhadap bank. Loyalitas mendorong nasabah untuk melakukan investasi maupun pembiayaan ulang, kemudian merekomendasikan produk/jasa yang digunakan pada orang lain dan diharapkan mampu bertahan untuk terus menggunakan produk/jasa tersebut meskipun banyak tawaran dari produk/jasa perbankan lainnya (Wahyuni, 2015).

Sebagai salah satu bank yang berada di industri perbankan, Bank Kalsel Syariah juga memahami bahwa nilai keunikan (*unique value*) dari produk yang ditawarkannya penting untuk menciptakan citra bagi nasabah. Oleh karena itu bank perlu mengetahui bagaimana penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diberikan selama ini dan apa yang diharapkan nasabah dari pelayanan yang

diberikan, sehingga dapat digunakan oleh bank untuk melakukan perbaikan dan peningkatan komitmen nasabah. Dengan memberikan pelayanan yang sesuai harapan nasabah, maka mampu memberikan kepuasan kepada nasabah yang secara langsung dapat mewujudkan tujuan yang ingin dicapai bank tersebut.

Hasil pra survei yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa sebagian nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan belum sepenuhnya mendapatkan pelayanan yang maksimal. Hal ini dikarenakan masih adanya keluhan dari nasabah, seperti:

1. Kualitas pelayanan yaitu adanya nasabah yang merasa belum mendapatkan pelayanan yang sama dan adil dari petugas bank, ada juga nasabah yang belum memahami penjelasan dari petugas bank yang sudah berusaha mengarahkan nasabah untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Kepercayaan yaitu adanya nasabah yang merasa bank belum begitu peduli dengan kebutuhan nasabah, nasabah merasa layanan dan produk bank yang belum sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Komitmen yaitu nasabah merasa belum memiliki ikatan emosional yang tinggi dengan bank walaupun terjalin hubungan yang baik dengan pihak bank. Nasabah merasa biasa saja dengan manfaat setelah menabung di bank terpenuhi.
4. Loyalitas nasabah yaitu kurangnya minat nasabah untuk memberitahu orang lain bahwa produk tabungan IB Al-Barakah memberikan beragam keuntungan.

Dari temuan *research gap* beberapa penelitian ditemukan ketidak konsistenan pada hasil penelitian yang disebabkan karena perbedaan variabel, teknik pengambilan sampel, metode analisis data dan objek penelitian. Penelitian ini juga memuat sejumlah informasi terkini serta bertujuan untuk memperkuat kelemahan penelitian-penelitian sebelumnya. Temuan *research gap* tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2 Temuan *Research Gap*

No	Kesenjangan Hasil Penelitian	Hasil Penelitian Terdahulu
1.	Tidak konsistennya temuan penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Sutikno, 2019)
		Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Halimatus Sa'diyah, 2020)
2.	Tidak konsistennya temuan penelitian pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas	Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Sony Firmansyah, 2021)
		Kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Lisa Swandi, 2017)
3.	Tidak konsistennya temuan penelitian pengaruh komitmen terhadap loyalitas	Komitmen memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Anggun Merlynda Dwi Setyaningrum, 2019)
		Komitmen tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. (Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad, 2011)

Sumber: Diolah oleh Lili Rahmawati, 2023

Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah Produk Tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan ?
2. Apakah kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang dapat dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen secara simultan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen secara parsial terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Sebagai bahan informasi untuk menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya tentang pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan manfaat dan kontribusi kepada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen nasabah produk tabungan IB Al-Barakah.
- b. Sebagai kontribusi dalam mengisi khazanah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.
- c. Sebagai referensi dan masukan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian sejenis.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahan dalam mengartikan judul yang akan diteliti, maka peneliti perlu memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2021), “pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang”. Jadi yang dimaksud pengaruh disini adalah bagaimana kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah.

2. Kualitas pelayanan

Menurut Kotler & Keller (2019), mendefinisikan “kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan”. Jika pelayanan yang diterima nasabah sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan yang dirasakan baik

dan memuaskan. Kepuasan yang dihasilkan dapat mendorong nasabah untuk melakukan pembelian ulang dan kemudian menjadi nasabah yang loyal.

3. Kepercayaan

Menurut Mowen & Minor dalam Priansa (2017), menyatakan bahwa “kepercayaan adalah semua informasi yang dimiliki nasabah tentang objek, atribut dan manfaatnya”. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah keyakinan nasabah bahwa bank akan memberikan apa yang di harapkannya dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

4. Komitmen

Menurut Tjiptono (2018), komitmen diartikan sebagai “keinginan atau hasrat yang kuat untuk mempertahankan dan melanjutkan hubungan yang dianggap penting dan memiliki nilai jangka panjang”. Dapat disimpulkan bahwa komitmen merupakan perasaan emosional dimana nasabah ingin menjalin hubungan jangka panjang dengan bank karena mereka menemukan kepuasan dan kepercayaan terhadap bank.

5. Loyalitas nasabah

Hasan (2014) mengatakan bahwa loyalitas nasabah adalah “seseorang yang secara teratur dalam jangka waktu yang panjang dan berulang kali, melakukan pembelian dari tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan membeli produk atau jasa dan membayar produk tersebut”. Dari sini dapat disimpulkan bahwa seorang nasabah yang loyal tidak diukur dari seberapa banyak dia membeli, tetapi dari seberapa sering dia melakukan pembelian ulang.

6. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambahkan guna atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2021). Produk disini adalah tabungan IB Al-Barakah dari Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandungan.

7. Tabungan IB Al-Barakah

Tabungan iB Al-Barakah adalah tabungan yang dikelola secara syariah berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah* (titipan) dan tabungan berdasarkan akad *mudharabah muthlaqah* (investasi).

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang peneliti anggap sangat penting untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Temuan	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang
1.	Sony Firmansyah (2021)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada Kafe Kualo Nyonya di Kota Padang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perbedaan variabel (kualitas produk, kepuasan nasabah) ▪ Jumlah sampel sebanyak 82 responden ▪ Metode analisis data adalah PLS ▪ Objek Penelitian

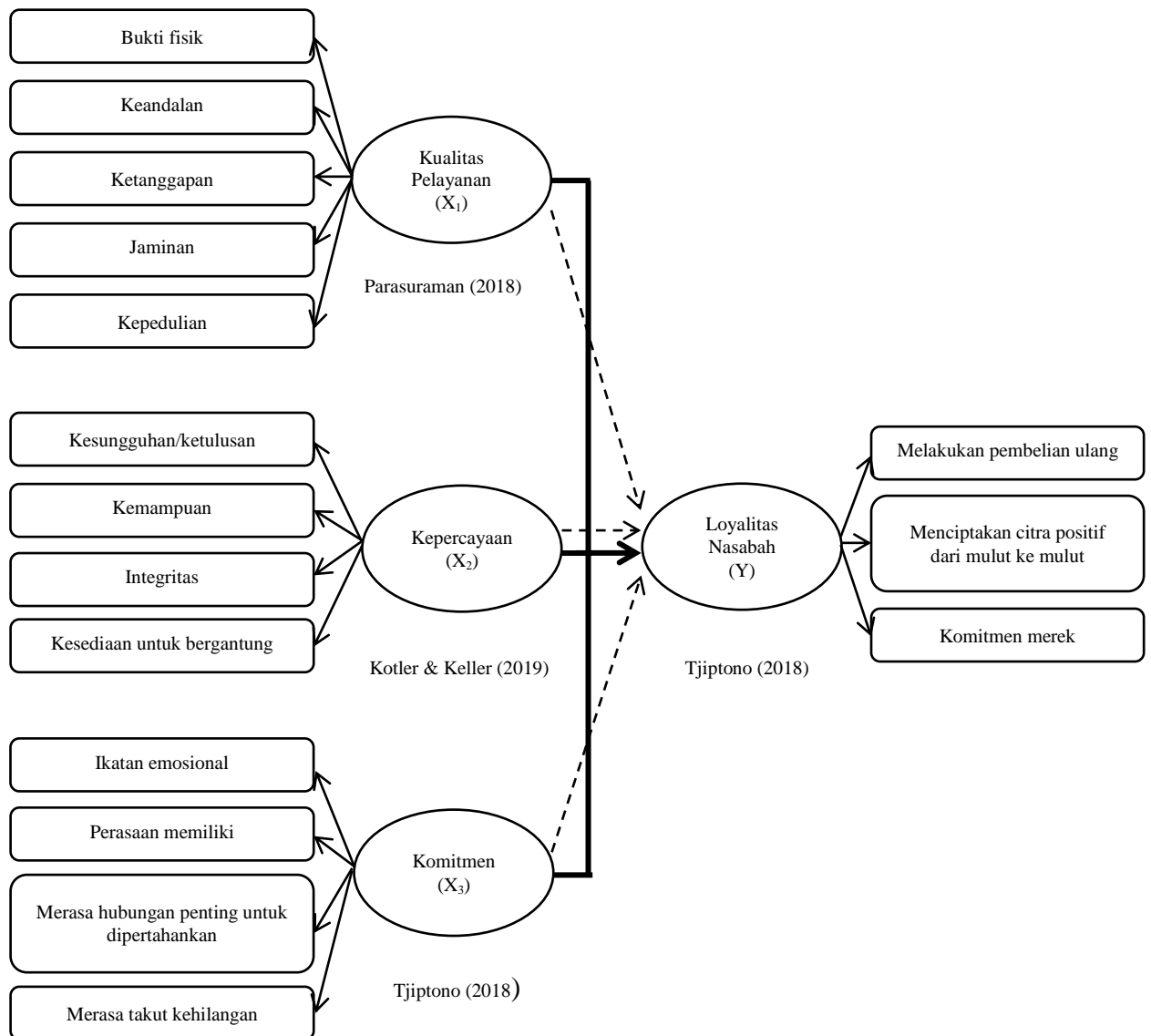
No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Temuan	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang
2.	Halimatus Sa'diyah (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah di KSPB Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kualitas pelayanan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perbedaan variabel (kepuasan nasabah, citra perusahaan) ▪ Untuk menetapkan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin ▪ Objek Penelitian
3.	Anggun Merlynda Dwi Setyaningrum (2019)	Pengaruh Penanganan Keluhan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah KC Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komitmen nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perbedaan variabel (penanganan keluhan) ▪ Teknik pengambilan sampel yaitu <i>accidental sampling</i> ▪ Objek Penelitian
4.	Sutikno (2019)	Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Bukopin Tbk Cabang Yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perbedaan variabel (kepuasan nasabah) ▪ Penelitian ini menggunakan analisis jalur (analisis regresi bertahap) ▪ Objek Penelitian
5.	Lisa Swandi (2017)	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. POS Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan nasabah tidak berpengaruh terhadap 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perbedaan variabel (citra perusahaan) ▪ Teknik pengambilan sampel adalah <i>kuota sampling</i> sebanyak 50 orang pelanggan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Temuan	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang
		(Persero)	loyalitas nasabah	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Objek Penelitian
6.	Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad (2011)	Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komitmen tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perbedaan variabel (komunikasi, penanganan masalah, kepuasan nasabah) ▪ Teknik pengambilan sampel yaitu <i>non probability sampling</i> dengan teknik <i>judgment sampling</i> ▪ Objek Penelitian

G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian adalah model konseptual tentang bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting dan mendasar, serta pondasi bagi setiap gagasan atau bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan (Sugiyono 2019: 88). Penyusunan kerangka penelitian dimulai dengan kajian teoritis terkait pengaruh setiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Secara sederhana kerangka berpikir dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut:

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



H. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan awal yang harus dibuktikan kebenarannya.

Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis Pertama

Ho1 : Secara simultan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan.

Ha1 : Secara simultan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan.

Hipotesis Kedua

Ho2 : Secara parsial kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan.

Ha2 : Secara parsial kualitas pelayanan, kepercayaan, dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah produk tabungan IB Al-Barakah di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Kandangan.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam mempelajari dan memahami keseluruhan skripsi, penulis membagi sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I : Merupakan bab pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah dan uraian masalah yang diteliti. Masalah yang diuraikan dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu ditetapkan tujuan penelitian, yaitu hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian adalah kemanfaatan hasil penelitian. Definisi operasional untuk

membatasi penelitian pada istilah-istilah yang memiliki arti umum atau luas. Hipotesis penelitian berisi asumsi awal. Penelitian sebelumnya disajikan sebagai informasi tertulis atau penelitian pada aspek lain. Adapun sistematika pembahasan merupakan susunan keseluruhan skripsi.

BAB II : Merupakan landasan teori. Bab ini berisi informasi tentang beberapa teori yang terkait dengan topik penelitian yang mendukung dan relevan seperti buku, literatur terkait dan referensi media lain.

BAB III : Adalah metode penelitian. Pada Bab ini memberikan informasi deskriptif tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data. Hal ini dilakukan agar penelitian tersruktur secara sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

BAB IV : Merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Meliputi hasil dan analisis data serta jawaban atas rumusan masalah.

BAB V : Merupakan penutup. Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.